Démasqués, les profiteurs du Covid !

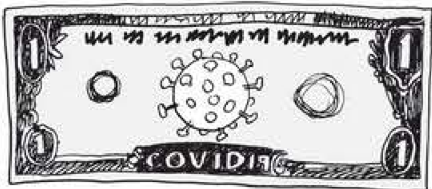
Message d'espoir pour les libraires et autres commerçants fermés : on peut faire fortune en pleine pandémie.

• Pas de crise pour les Crésus

Un tiers du PIB français, soit 845 milliards de dollars ! C'est de ce montant que le magot des 643 Américains les plus riches s'est arrondi entre le 18 mars et le 15 septembre, selon les chiffres du très sérieux Institute for Policy Studies. La somme représente une augmentation de 29 % de leur fortune en six mois. Grâce à leur grand talent ? Plutôt par la vertu des marchés financiers, en fait.

Le premier de ces Crésus – Jeff Bezos, le fondateur d'Amazon – a vu son patrimoine grossir des deux tiers, pour s'établir à 186,2 milliards de dollars. Celui de Mark Zuckerberg, le patron de Facebook, a presque doublé (100 milliards), et celui d'Elon Musk a pratiquement quadruplé ! Le créateur de SpaceX et de Tesla talonne désormais le pauvre Zuckerberg, voire l'indigent Bernard Arnault, qui s'est tout de même payé le maigre luxe de passer la barre des 100 milliards d'euros (« Challenges », 9/7). Loin derrière, les téléphonistes Patrick Drahi (SFR, 12,5 milliards) et Xavier Niel (Free, 9 milliards) s'en sortent comme ils peuvent…





• Téléphonistes sonnants et pas trébuchants

Contraints au télétravail, les confinés se sont rués sur les offres très haut débit d'Orange, de Bouygues, de SFR et de Free. Plus performante que le réseau de cuivre (ADSL), la fibre optique permet le transport de données sur Internet à vitesse supersonique. Sur les neuf premiers mois de l'année, Orange a recruté 360 000 abonnés supplémentaires et a franchi la barre des 4 millions de fibrés. Grâce à un chiffre d'affaires dopé au troisième trimestre 2020, le dividende, un temps bloqué à 0,50 euro par action, a bondi à 0,70 euro. Déjà Noël ?

En juillet, SFR, numéro deux du marché, voyait son chiffre d'affaires augmenter de 2,1 % au premier semestre. Moins flambard, toutefois, que Bouygues Télécom, qui arbore une hausse de 4 % et une rentabilité de… 10 % ! Quant aux titres de Free, ils rapportent à leurs actionnaires un sympathique 3,5 %.

Dans le métier, les profits aussi sont à haut débit.

• Ils se jouent de l'épidémie

Lancée en mars, la dernière version d'« Animal Crossing », le jeu vidéo de Nintendo peuplé de bonshommes paisibles et d'animaux anthropomorphes, a fait un tabac durant le confinement, notamment en France. A la fin de juin, la firme japonaise avait écoulé 22,4 millions de copies dans le monde, faisant de ce titre le deuxième le plus vendu après « Super Mario », le plombier moustachu de Brooklyn. Ce succès inattendu a dopé les ventes de la console Switch (19 millions en un an) de Nintendo. Entre mars et juin, le bénéfice de l'entreprise a culminé à 1,23 milliard d'euros, soit une augmentation de… 576,2 %. Banzaï !

• "Achats de panique", bière et Corona

Qui a dit que la crise sanitaire avait tétanisé les Français ? Si le chiffre d'affaires de la grande distribution a bondi de 9 % durant le confinement du printemps, nos compatriotes se sont montrés beaucoup moins hystériques que les Américains, les Britanniques ou les Espagnols sur les *« achats de panique »* (pâtes, riz, purée en flocons, papier-toilette), comme on dit dans le jargon marketing.



A l'image des Allemands et, surtout, des Italiens, les tricolores l'ont, en définitive, joué plutôt zen. Qui l'affirme ? L'organisme public FranceAgriMer, qui a collationné de larges sondages auprès des consommateurs et effectué quelques comparaisons internationales édifiantes.

Son étude, publiée en septembre, souligne que les Auchan, Leclerc et autres Casino ou Carrefour ont largement profité du confinement via les commandes en ligne : l'e-commerce est passé, en un mois, de 4,9 millions d'habitués à 7,4 millions. Quels fournisseurs ont tiré leur épingle du jeu ? Les fabricants de produits basiques cités plus haut, plus quelques inattendus (levure, sucres aromatisés), mais aussi les producteurs français de fruits et légumes, dont les prix ont flambé. On est loin de l'ivresse, en revanche, pour les vins et l'alcool.

Si le buveur s'est montré patriote – whisky et vodka régressent, rhum et pastis tiennent leur rang –, il n'a pas forcé sur le picrate, sauf en Cubitainer (hausse de 43 % en mars-avril !). Et, alors que la bière connaissait une hausse honnête de 6 %, le champagne, pour sa part, a été sabré : – 55 % sur les ventes durant le confinement. Personne n'avait envie de faire la fête ?

• Des labos en pleine forme

Si, pour les labos, le ciel est sans nuages, pour Sanofi, il est carrément radieux ! Au troisième trimestre, ses bénéfices ont bondi de 10 % – près de 2 milliards de plus dans les caisses. Par crainte des effets conjugués du coronavirus et de la grippe saisonnière, les ventes de vaccins contre cette dernière se sont en effet envolées. Or Sanofi est le leader mondial en la matière. Au troisième trimestre, le vaccin lui a rapporté 1 milliard d'euros, soit 53 % de plus que l'an dernier. A vôtre santé !

Quant au vaccin contre le Covid, il fait (déjà) la fortune en Bourse d'une biotech, Moderna, qui multiplie les annonces au clairon sur ses essais cliniques. Le 29 octobre, la boîte a déclaré avoir reçu 1,1 milliard de dollars de précommandes pour sa future martingale. Aussi sec, son cours a grimpé de 8,3 %.

Créée en 2010 par un Français, Stéphane Bancel, la boîte ne dispose que de molécules en développement, mais la simple hypothèse d'un jackpot sur le Covid a fait passer le prix de son action de 19 dollars en janvier à 67 dollars en octobre. Résultat : alors que la société n'a pas encore mis le moindre médoc sur le marché, elle est aujourd'hui valorisée à 25 milliards de dollars. Aussi fou qu'une pandémie !

• Les vampires de la tech

Une crise de la librairie et du commerce ? Où ça ? Entre juillet et septembre, les ventes d'Amazon – l'ogre du négoce en ligne – ont rapporté 96 milliards de dollars, soit une hausse de 37 %. Son bénéfice a triplé, atteignant les 6,3 milliards de dollars. Grâce à cette expansion record, Amazon se targue d'avoir embauché, cette année, 400 000 personnes supplémentaires à travers le monde.

Ce n'est pas en France que ce bel élan sera freiné : à l'instar de Google, d'Apple et de Facebook, le groupe de Jeff Bezos n'y paie quasiment pas d'impôts. Ensemble, les quatre mastodontes de la tech américaine ont engrangé, sur le troisième trimestre, un bénéfice de 38 milliards de dollars. En passe de rejoindre ce quatuor de milliardaires, la plateforme Netflix (séries, films et documentaires) a, de son côté, gagné 26 millions d'abonnés. Merci la Covidéo !

I. B., O. B.-K. et J.-F. J.

Porno, vibro, dodo !

LES CINQ BOUTIQUES parisiennes du « lovestore » Passage du désir ont, à l'annonce du reconfinement, été prises d'assaut : + 136 % de ventes en deux jours. *« Il y a la queue* (sic) *devant les magasins, et surtout beaucoup de couples »*, a expliqué son directeur, Patrick Pruvot, sur France Bleu (29/10).

La tendance est au stimulateur clitoridien ou à celui du point G. *« Les gens s'achètent des menottes pour rentrer* [s'enfermer] *chez eux. Il y a quand même un sacré paradoxe ! »*

Ne dites plus « porno », dites « bien-être sexuel sur mesure ». Affichant un chiffre d'affaires érectile (+ 186 % au printemps !), la marque Lelo commercialise un fortificateur du périnée, tandis que les jouets connectés We-Vibe permettent de faire vibrer les couples à l'unisson… quelle que soit la distance qui les sépare. La Chine, qui écoule 70 % des jouets sexuels vendus dans le monde, fabrique à flux très tendu, avec une hausse de 50 % au premier semestre 2020… Faudra-t-il relocaliser la fabrication de ces biens de première nécessité ?

Autre épicurien : Grégory Dorcel, fils et héritier de Marc Dorcel, a fait livrer gracieusement 5 000 sextoys aux habitués de ses sites pornos lors du premier confinement. Il a aussi multiplié par dix la capacité de ses serveurs, tombés en rade, le 17 mars, à la suite d'un afflux massif d'internautes : une opération de promo, baptisée depuis « PardonVoisins », rendait la connexion gratuite…

Avec des pics de 40 % lors de leurs propres promos gratuites, les géants américains Pornhub et YouPorn ont, eux, été priés par le gouvernement de réduire la qualité de diffusion de leurs vidéos, histoire d'épargner un peu la bande passante…



Presque artisanale au regard de ces usines à sexe, la plateforme payante OnlyFans, mettant en contact des « créateurs » de contenus explicites et des abonnés, a vu le nombre de ses utilisateurs grimper de 75 % depuis le début de la pandémie, pour atteindre 61 millions d'internautes. Sacrément vendant !

Sur Facebook, le 2 novembre, une notification a fleuri : *« Les sex-shops demandent la fermeture du rayon légumes des supermarchés. »* Il s'agissait d'une blague… Ouf !

D. F.

VISIT…

LANZAROTE
Caliente.com